



CENCOSUD

PRESENTACIÓN CORPORATIVA

Tercer Trimestre 2022



01. Cencosud en Resumen

+55

Años de Historia

1.446

Tiendas Retail

3,68 MM m²

Sala de Venta

+122 M

Colaboradores⁽¹⁾

67

Centros Comerciales

2,25 MM m²

GLA arrendado a Locatarios

IPO 2004

US\$ 3,65 bn

Market Cap Cencosud⁽²⁾

Free Float: 45,0%

IPO 2019

US\$ 1,79 bn

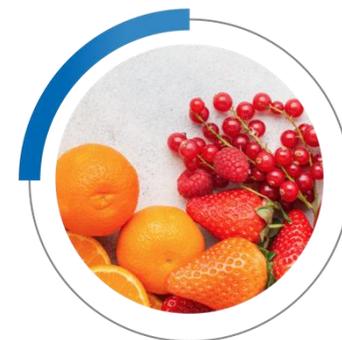
Market Cap CencoShopp⁽²⁾

Free Float: 27,7%

+5,5 MM m²

de banco de terrenos

Unidades de Negocio



**Supermercados
ADN Cencosud**

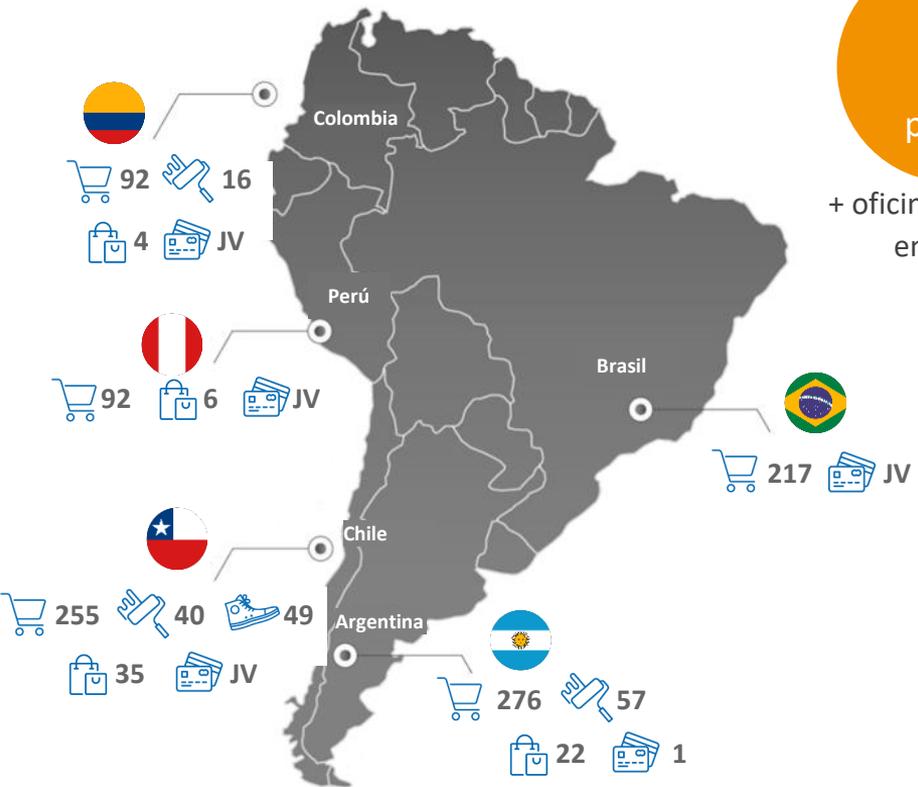
⁽¹⁾Considera incorporación de colaboradores de The Fresh Market y GIGA Atacado. ⁽²⁾Al 30 de septiembre de 2022.

02. Presencia en la región⁽¹⁾

LATAM

6
países

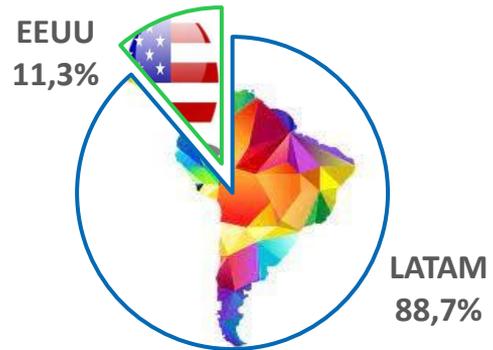
+ oficina comercial
en China



Estados Unidos

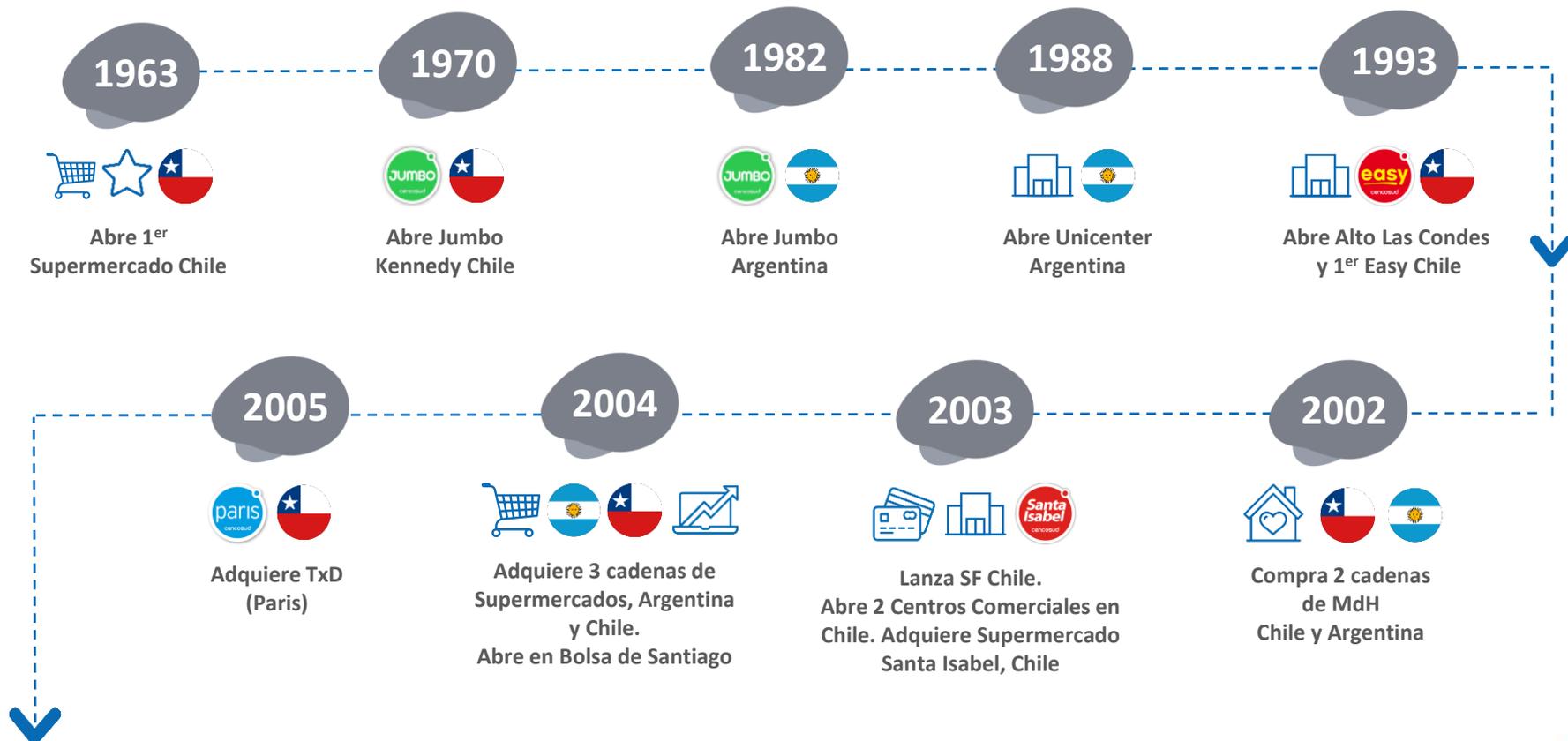


Distribución Ingresos⁽²⁾

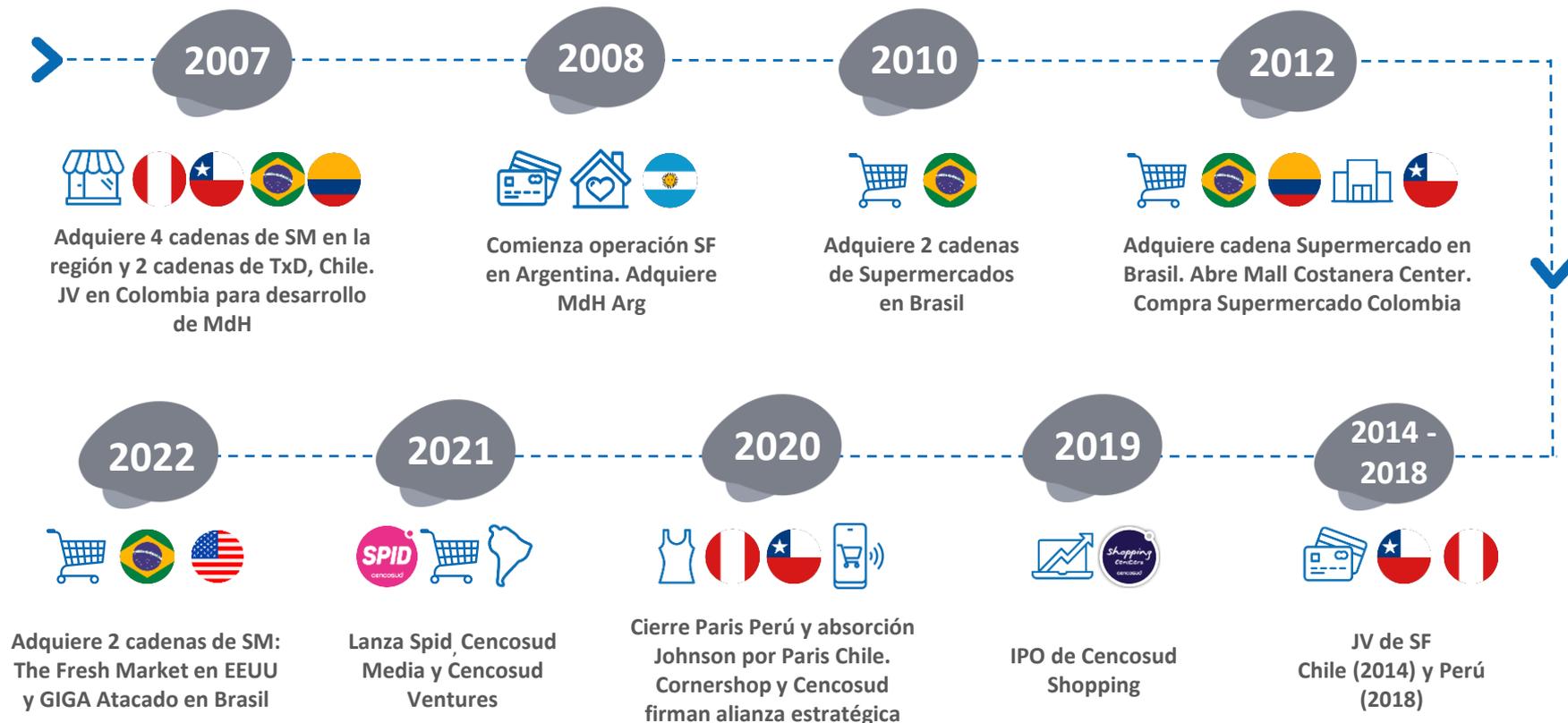


⁽¹⁾ Las tiendas de Retail mostradas en la imagen no incluyen "Otros" (192 tiendas adicionales – 37 en Colombia y 155 en Brasil). La categoría "Otros" incluye Farmacias, Estaciones de Servicio, Delicatessen y Electroshow. ⁽²⁾ Distribución de ingresos al 3T22.

03. Historia de Cencosud...



04. ...historia de Cencosud



05. Hitos 2022

Inauguración #HubCenco!

Cencosud inauguró #HubCenco, nuevos y modernos espacios laborales para sus colaboradores, diseñado bajo **altos estándares de arquitectura y tecnología**, con ambientes verdes, orgánicos y sustentables.

Easy Chile lanza Liveshopping

Easy realizó sus primeros eventos de **Liveshopping**, a través de los cuales busca ofrecer una **experiencia de compra online superior** y más cercana a sus clientes, ayudándolos a encontrar los mejores productos y acceder a las mejores ofertas en tiempo real.

Premios E-Commerce 2022

En la edición 2022 del E-Commerce Awards, **Spid y Paris fueron premiados** en las categorías de “*Mejor Iniciativa Mobile en E-commerce*” y “*Triple Impacto en el Ecosistema Digital*”, respectivamente.

Upgrade Rating de Fitch a ‘BBB’ de ‘BBB-’

Fitch Ratings mejoró la calificación de riesgo de Cencosud a ‘BBB’ de ‘BBB-’ con Outlook estable. Esta clasificación del rating es un *upgrade* en el *notch* de Investment Grade que se logró por primera vez en la historia de Cencosud.

Marketplace de Paris.cl

El 2T22 el Marketplace alcanzó la **tercera posición** en el mercado chileno gracias a un crecimiento de 24% en ventas, frente al primer trimestre de 2022.

Durante el 3T22 el negocio alcanzó una **penetración récord de 19%** por sobre las ventas de Paris.cl, además de **incorporarse Easy como Seller** con un portafolio de 600 productos.

Global Business Services

Proyecto C-Transforma identifica y captura oportunidades de **mejora y eficiencia**.

Estimando **ahorros por US\$7,1 millones/año**.



06. Capex orgánico 2022

Acumulado septiembre 2022	Chile 		Argentina 		Brasil 		Perú 		Colombia 	
	Tiendas	M ²	Tiendas	M ²	Tiendas	M ²	Tiendas	M ²	Tiendas	M ²
Aperturas	8	12.272	1	2.603	17	2.998	1	129	1	676
Cierres ⁽¹⁾	-	-	7	5.796	3	2.569	-	-	-	-
Transformaciones	1	1.280	-	-	2	7.059	3	7.143	2	4.928
Remodelaciones	42	N.A.	31	N.A.	10	N.A.	6	N.A.	13	N.A.

8

Transformaciones

102

Remodelaciones

Guidance 2022: 37 nuevas tiendas

75,7% completado

28 nuevas tiendas
a septiembre de 2022

37
tiendas
comprometidas

⁽¹⁾Incluye cierre definitivo de 7 tiendas y 1 por remodelación.

07. Capex inorgánico 2022

Adquisiciones

Durante el trimestre se concretó la adquisición de dos nuevas cadenas de Supermercados: **GIGA Atacado** y **The Fresh Market**.

GIGA Atacado

Adquisición ~US\$100 millones

Tiendas 10 + 1 Centro de distribución



Sao Paulo, Brasil

The Fresh Market

Adquisición US\$676 millones

Tiendas 160 tiendas (en 22 estados)



Costa Este, Estados Unidos



08. Hitos ASG 2022¹



Gobierno Corporativo

- **Junta Ordinaria de Accionistas** realizada el 22 de abril, donde se aprobó repartir un dividendo de CLP 197 por acción, equivalentes al 80,23% de las utilidades líquidas distribuibles. Además se eligió el nuevo Directorio para el periodo 2022-2025 incorporando por primera vez **3 mujeres y 5 nacionalidades distintas**.
- **1er lugar Marcas Corporativas**: Cencosud logra el primer lugar en la categoría marcas corporativas, en el estudio de marcas ciudadanas de Cadem. Jumbo logra el puesto número 16 y Santa Isabel el puesto 38.



Producto

- **Paris gana premio GDSS, World's Best Sustainability**: en la cumbre global de Tiendas por Departamento, la campaña del programa Juguete x Juguete de Paris fue premiada con distinción a la mejor iniciativa de Sostenibilidad del mundo.
- **Ranking PXI -Praxis Xperience Index**: Jumbo fue destacado, entre 120 marcas, por su calidad y servicio prestado a los clientes, tanto en tiendas físicas como de forma online.
- **Jumbo Chile convoca a PYMES**: Como parte del programa Nuestros Productores, Jumbo Chile ha hecho un llamado a productores y emprendedores locales para ofrecerles la posibilidad de vender sus productos en nuestros Supermercados.
- **Pemios ProCalidad 2022 Easy, Jumbo y Paris**: Jumbo, Easy y Paris reciben premios ProCalidad 2022 en sus respectivas categorías, destacando entre más de 130 empresas a nivel nacional por su calidad y servicio.

¹ Para mayor detalle sobre nuestras iniciativas ASG, suscribirse a nuestro Newsletter de Sostenibilidad en nuestra página web.

09. Hitos ASG 2022 (cont.)¹



Personas

- **Women Economic Forum:** Cencosud fue anfitrión del Women Economic Forum Chile (WEF), uno de los eventos más destacados en la búsqueda de iniciativas para el progreso de la mujer.
- **1er lugar Merco Talento:** Cencosud fue reconocida en el contexto del Ranking Merco Talento 2022 como la mejor empresa del sector holding empresarial en Chile para atraer y retener talento.
- **Mentoría #CencoMujeres:** Cencosud ha lanzado su primera versión del programa de mentorías #CencoMujeres, buscando potenciar la cultura inclusiva y generar mayores oportunidades de desarrollo y liderazgo femenino.



Planeta

- Centros Comerciales en Chile logran operar en un **100% con Energías Renovables No Convencionales** (ERNC). El primer centro comercial en sumarse a este logro fue Costanera Center.
- **Alianza con WWF:** Cencosud Colombia sella alianza con el Fondo Mundial para la Naturaleza, el cual busca promover un estilo de vida sostenible para los colaboradores.
- **Ropa x Hogar:** Programa a través del cuál se busca transformar ropa usada en lana mineral para usarla como paneles aislantes en nuevas viviendas sociales, contribuyendo además a reducir las emisiones de gases invernadero que producen los rellenos sanitarios.

¹ Para mayor detalle sobre nuestras iniciativas ASG, suscribirse a nuestro Newsletter de Sostenibilidad en nuestra página web.

10. Distribución de valor

VALOR ECONÓMICO GENERADO

7.347.421

Venta Locatarios Shopping Center



18.131.535

Ingresos por actividades de operación⁽¹⁾



66.337

Ingresos financieros



23.763

Ingresos por participación
otras empresas



HITOS
LTM 3T22

Distribución de valor
en Cencosud
(miles de USD)

VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO

15.236.924

Pagos por actividades de operación⁽²⁾



1.752.325

Salarios y beneficios a nuestro
equipo



434.627

Pagos a nuestros acreedores



1.234.230

Pagos a nuestros accionistas



368.988

Pagos al estado



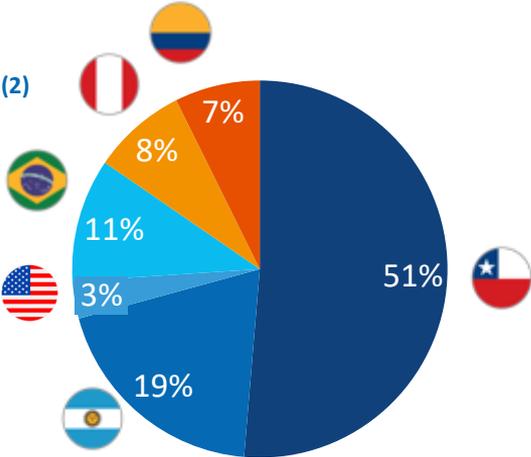
⁽¹⁾ Incluye Ingresos por Venta y otros cobros por actividades de operación. ⁽²⁾ Incluye Pago a proveedores y otros pagos por actividades de operación.

11. ¿Por qué invertir en Cencosud?



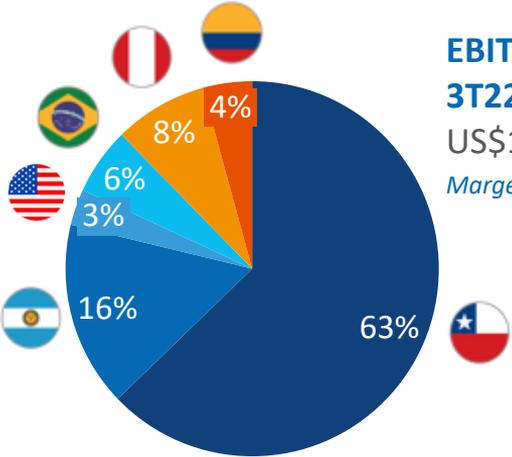
12. Presencia por País⁽¹⁾

Ingresos LTM 3T22⁽²⁾
US\$15,7 bn



EBITDA Ajustado LTM
3T22

US\$1,8 bn
Margen EBITDA Ajustado: 11,5%



Estados Unidos
representó durante el
3T22:

11,3% Ingresos	12,7% EBITDA Aj.
--------------------------	----------------------------

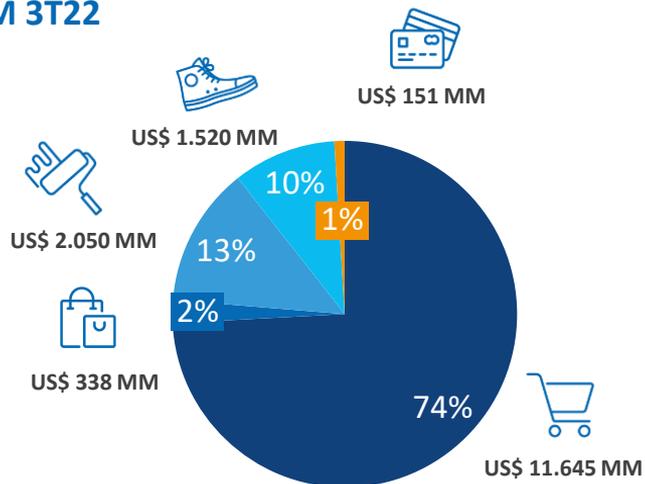
del total a nivel consolidado

⁽¹⁾Para detalles del cálculo ver slide 22 y 23. ⁽²⁾EE.UU. representa 3% de ingresos y EBITDA Aj. LTM consolidado debido a su incorporación solamente en el 3T22.

13. Presencia por Unidad de Negocio⁽¹⁾

Ingresos LTM 3T22

US\$15,7 bn

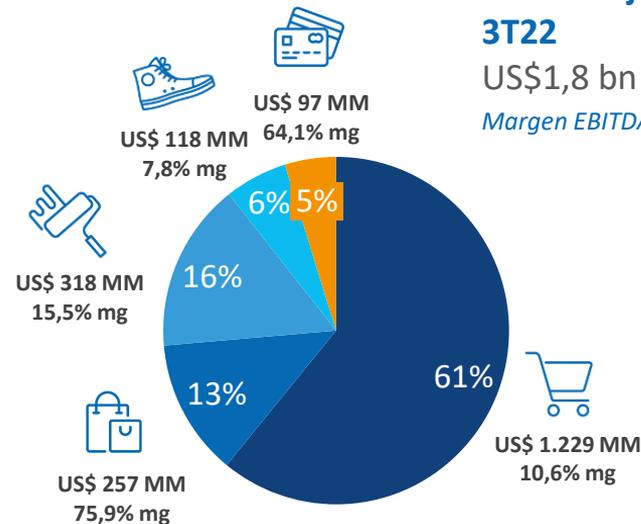


EBITDA Ajustado LTM

3T22

US\$1,8 bn

Margen EBITDA Ajustado: 11,5%



RECONOCIDO PORTFOLIO DE MARCAS



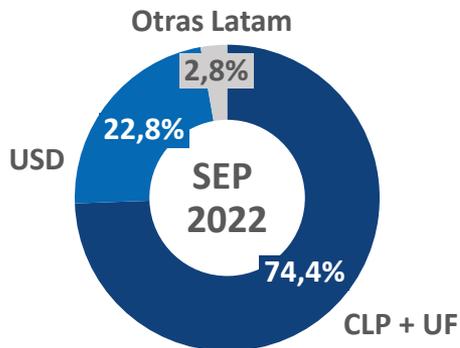
⁽¹⁾Para detalles del cálculo ver slide 22 y 23.

14. Sólida Estructura Financiera

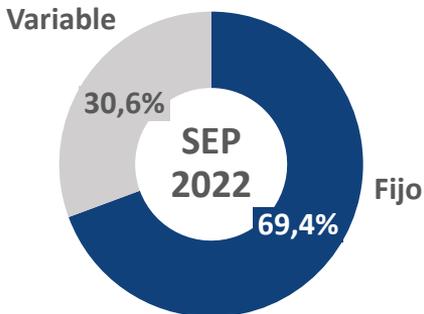
Noticias Relevantes

- Investment Grade desde 2011:
 - Fitch Ratings: BBB (estable)
 - Moody's: Baa3 (positivo)
- Amortización promedio próximo 3 años de US\$141,3 millones.
- Al 30 de septiembre de 2022, la **posición de caja** de la Compañía es de **US\$892 millones** (incluyendo activos corrientes y no corrientes).

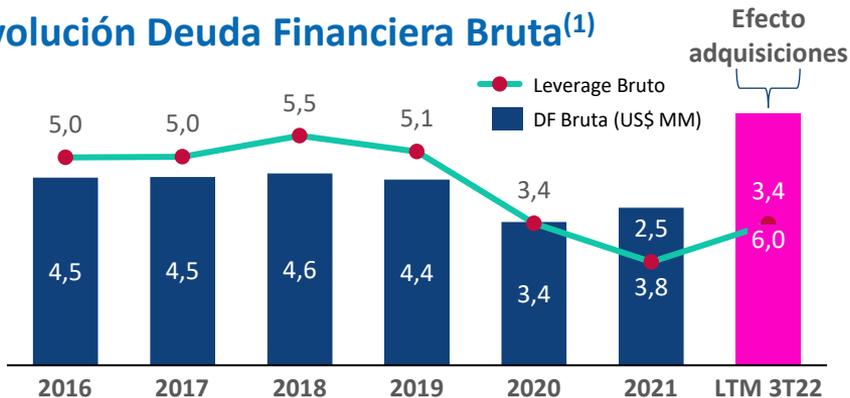
Deuda por Moneda⁽²⁾



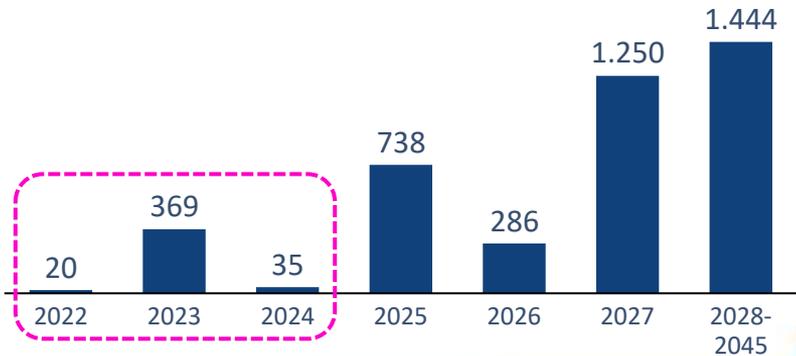
Deuda por Tasa



Evolución Deuda Financiera Bruta⁽¹⁾



Calendario de Amortizaciones (US\$ millones)



⁽¹⁾ No incluye One Off del periodo y otros. ⁽²⁾ Post CCS y otras coberturas.

15. Estrategia Omnicanal

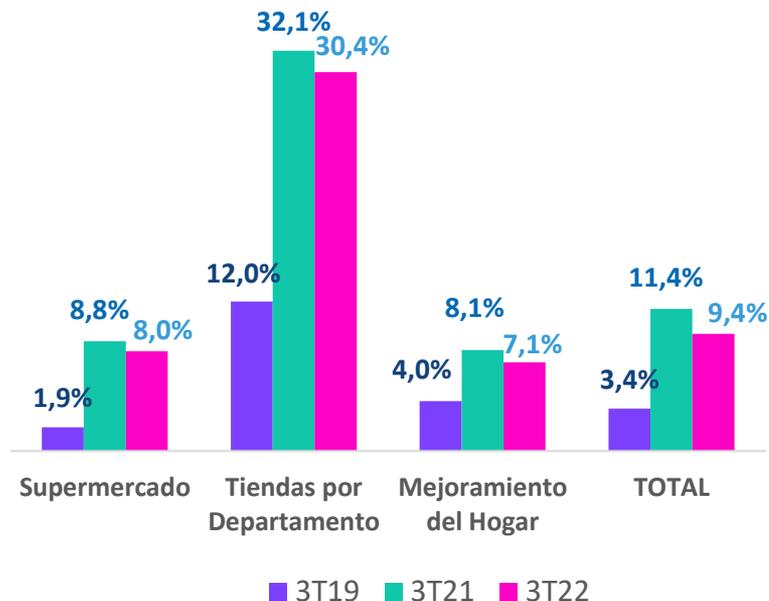
Servicio de compra

Experiencia del cliente

Rentabilidad

- Lanzamiento de Marketplace;
- Mejorar la oferta de productos únicos;
- Desarrollar herramientas de hiper personalización;
- Asegurar una garantía de devolución;
- Aprovechar las económicas de escala;
- Invertir en desarrollos tecnológicos;
- Profundizar la capacidad de generar, manejar y procesar datos.

Penetración Online¹



¹ Incluye Cornershop.

16. Productividad y Eficiencia

Modelo Servicios al Retail CENTRO DE SERVICIOS GLOBAL

Modelo creado para optimizar los procesos de Retail



Objetivos



Eficiencia y Mejora Continua



Cercanía con el Negocio



Monitoreo de RPA

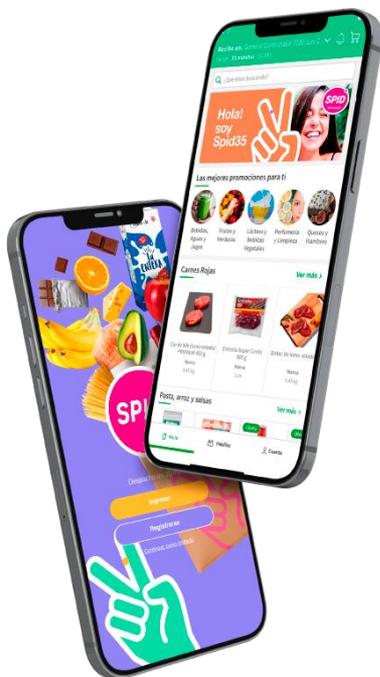


Servicios al Retail Digital

Logros

- Mayor eficiencia y productividad en todos los procesos con una ampliación del *scope* de trabajo;
- Proyecto de identificación de oportunidades desde la automatización y aceleración de procesos;
- Migración de actividades de distintas áreas al Centro de Servicios Global, fortaleciendo y optimizando distintas dinámicas y labores;
- Continua automatización de procesos a través de RPA en todas las áreas;
- Estimación de ahorros por US\$ 7,1 millones anuales;
- Proyección de ahorros adicionales por US\$ 3 millones en los próximos trimestres.

17. Productividad y Eficiencia



Big Data Analytics

- Creación del modelo de Suscripción de Jumbo Prime;
- Iniciativas que mejoran la experiencia de Clientes a partir de recomendaciones personalizadas;
- Predicción temprana de quiebres para mejorar la experiencia digital;
- Proyectos de Optimización de Precios para la gestión de inventarios y potenciar las divisiones comerciales; y
- Proyectos de Eficiencia Operacional a partir de algoritmos de analítica avanzada;
- Scan&Go con la App de Paris.cl, optimizando experiencia de cliente desde la compra en tienda sin pasar por caja.



Optimización y Rentabilidad

- Cambios de formato desde Supermercado a Cash & Carry;
- Optimización del negocio de Supermercado agregando tiendas de Mejoramiento del Hogar en Colombia y Argentina;
- Desarrollo del formato SPID en toda la región;
- Lanzamiento App “Mi Local” (eficiencia de logística y distribución de productos *in-store* para colaboradores).

18. Productividad y Eficiencia (cont.)



Procurement Regional & Marca Propia

- En el actual trimestre:



Crecimiento: US\$171 millones incrementales en venta en el trimestre vs a/a.



Relevancia: +183 bps de crecimiento en participación sobre ventas, llegando a 14,5%



Rentabilidad: se sostiene la mejor rentabilidad en todos los negocios, tanto en *food* como *non-food*.

La Compañía creó un **equipo regional de compras** con el propósito de tener **mayor disponibilidad de productos** fuera de temporada

Penetración Marca Propia	Total	
	3T22	3T21
Chile	15,2%	15,0%
Argentina	11,3%	11,2%
Estados Unidos	27,1%	-
Brasil	4,0%	3,5%
Perú	16,9%	16,2%
Colombia	7,7%	6,9%
TOTAL	14,5%	12,7%



Tecnología & E-commerce

- Llevar la compañía a un siguiente nivel, más ágil, dinámico, habilitado y apoyado con las mejores tecnologías, considerando la infraestructura, arquitectura, productos digitales y Analytics.
- Creación de CencoTech: Área que engloba a 7 gerencias asociadas a tecnología, que busca promover una nueva forma de hacer negocios, siendo parte del desarrollo y aceleración de los negocios digitales en conjunto con nuestra cultura digital.

19. Sostenibilidad

Dimensiones claves: código de ética



Relación con clientes



Relación con proveedores



Relación con empleados



Cuidado de la Información



Protección de activos

- **Código de Ética** revisado anualmente
- **Directorio y Empleados** capacitados en temas relacionados a la ética. Más de **100.000 personas capacitadas en temas de ética** y sostenibilidad
- **Código de Ética y de Conducta** firmado por todos los empleados
- **Línea directa e independiente** para reportar comportamiento.

Pilares de la estrategia sostenible



Gobierno Corporativo

Aspectos de gobierno corporativo, compliance, gestión ética, gestión de riesgo y seguridad de la información



Producto

Aspectos asociados a la oferta de productos y cadena de abastecimiento



Planeta

Aspectos medioambientales de nuestras instalaciones

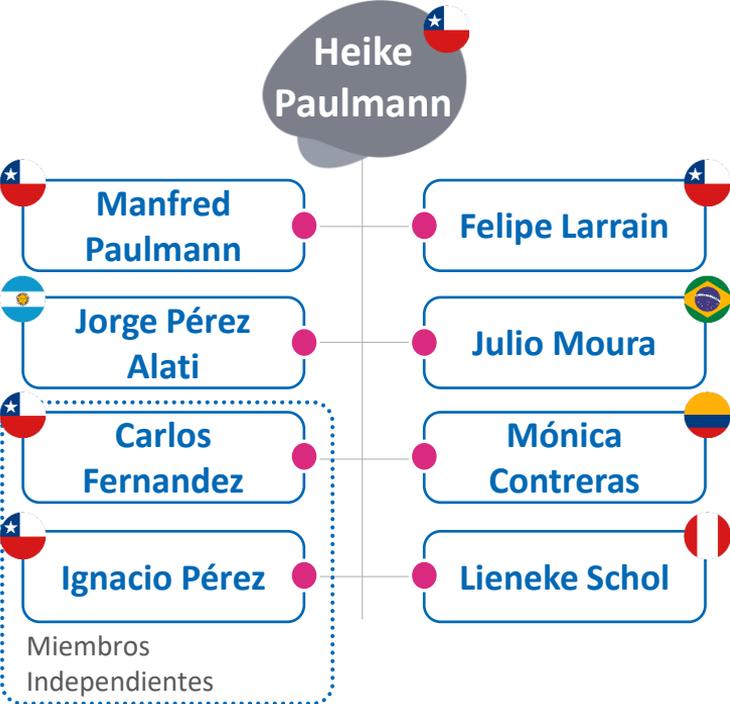


Persona

Aspectos sociales asociados a nuestros colaboradores, clientes y comunidades en las que se encuentran nuestras instalaciones

20. Gobierno Corporativo

Directorio



Estructura Organizacional



- Directorio diverso con 5 nacionalidades y 1/3 de mujeres incorporadas;
- Estructura organizada por país, con creación de sinergias entre sus negocios, beneficiándose así del conocimiento local con agilidad en la toma de decisiones.

⁽¹⁾Después de 6 años se reincorpora, en 2021, como CEO Cencosud Shopping.

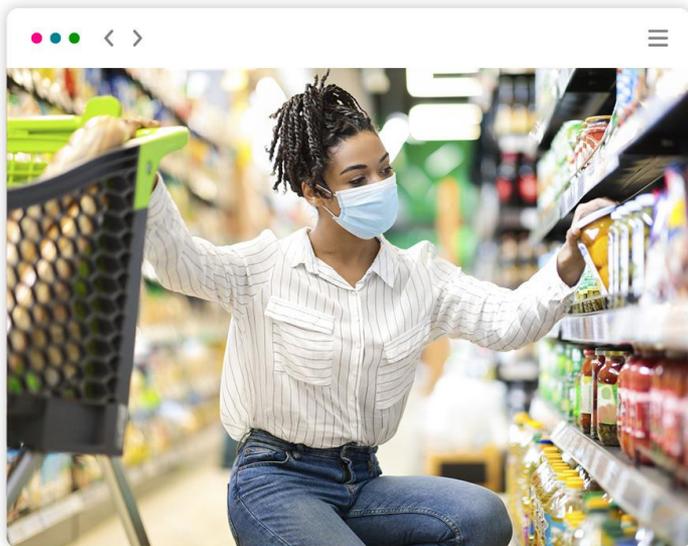
21. Anexo de Cálculos

Para esta presentación los siguientes tipos de cambio, cálculos y detalles se consideraron:

- Market Cap calculado al 30 de septiembre de 2022 utilizando precio de cierre de acción CLP 1.225 y tipo de cambio de cierre de CLP 960,24 por US\$;
- El volumen transado promedio incluye cifras del 3T22 utilizando el precio de cierre de la acción y los tipo de cambio mensuales de CLP 953,7, CLP 904,4 y CLP 921,0 por US\$;
- EBITDA Ajustado representa: EBITDA + diferencias de cambio + resultados por unidades de reajuste - revaluación de activos;
- Ingresos y EBITDA Ajustado convertido a US\$ utilizando el tipo de cambio promedio de CLP 825,2, 809,4, 840,8 y CLP 926,4 por US\$ para cada trimestre, respectivamente;
- Ingresos y EBITDA Ajustado incluyen IFRS16;



22. Anexo de Cálculos



- Gráfico de ingresos y EBITDA Ajustado por negocio excluye el segmento otros, el cual contribuyó US\$11 MM en ingresos y una pérdida de US\$208 millones en EBITDA Ajustado;
- Ingresos y EBITDA Ajustado excluyen el ajuste por Hiperinflación en Argentina (IAS29). Al incluir el efecto, los ingresos a septiembre 2022 alcanzaron US\$16.267 millones y EBITDA Ajustado US\$1.752 millones utilizando el tipo de cambio promedio de CLP 825,2, 809,4, 840,8 y CLP 926,36 por US\$ para cada trimestre, respectivamente. Argentina representa un 22,1% del total de ingresos y un 16,0% del total del EBITDA Ajustado;
- Deuda denominada en dólares, calculada con tipo de cambio de cierre al 30 de septiembre de 2022. La deuda incluye los pasivos por arrendamiento, por adopción de norma IFRS16. Adicionalmente incluye el efecto por hiperinflación en Argentina reflejo de la norma IAS29. El calendario de amortización se presenta neto de ganancia/pérdidas obtenidas por los derivados, sobregiros y deuda Comex (excluye futuros);
- Deuda neta presentada luego de *Cross Currency Swaps* y otras coberturas;
- SM se refiere a Supermercado, SF corresponde a Servicios Financieros, MdH a Mejoramiento del Hogar y TxD a Tiendas por Departamento, mientras Arg significa Argentina y ML se refiere a Moneda Local.

23. Información importante

La información contenida en esta presentación ha sido preparada por Cencosud S.A. ("Cencosud") únicamente con fines informativos, no debe ser interpretada como una solicitud o una oferta para comprar o vender valores y no debe ser entendido como consejo de inversión o de otro tipo. Ninguna garantía, expresa o implícita, se proporciona en relación con la exactitud, integridad y confiabilidad de la información contenida en el presente documento. Las opiniones expresadas en esta presentación están sujetas a cambios sin previo aviso y Cencosud no tiene ninguna obligación de actualizar o mantener actualizada la información contenida en el presente documento. La información contenida en este documento no pretende ser completa.

Cencosud y sus respectivas filiales, directores, socios y empleados no aceptan responsabilidad alguna por cualquier pérdida o daño de cualquier tipo que surja de la utilización de la totalidad o parte de este material.

Esta presentación puede contener afirmaciones que son, a futuro, sujetas a riesgos e incertidumbres, factores que se basan en las expectativas actuales y proyecciones sobre eventos futuros y tendencias que pueden afectar al negocio de Cencosud. Se le advierte que dichas prospectivas no son garantías de rendimiento futuro. Hay varios factores que pueden afectar negativamente a las estimaciones y supuestos en que se basan estas declaraciones a futuro, muchos de los cuales están fuera de nuestro control.



cencosud

The logo for Cencosud, featuring the word "cencosud" in a white, lowercase, sans-serif font. The text is enclosed within a white circular outline that is partially open at the top and bottom. A small yellow dot is positioned at the top of the circle, and a small pink dot is at the bottom. A white diagonal line with a wavy, hook-like end separates the blue background from the photograph on the right.